

Назва. Маркетингове ціноутворення

Тип. Базова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 7.

Кількість кредитів ЄКТС. 5.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Притиченко Т.І., к.е.н., доцент

Результати навчання:

- демонструвати розуміння сутності процесу маркетингового ціноутворення;
- формувати цінову політику підприємства;
- досліджувати ринкову кон'юнктуру у ціноутворенні;
- формувати маркетингові стратегії ціноутворення.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. "Економіка підприємства", "Маркетинг", "Маркетингові дослідження".

Зміст. Введення в ціноутворення. Формування цінової політики. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Система цін та їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни. Коригування ціни. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні. Маркетингові стратегії ціноутворення. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.

Рекомендовані джерела.

1. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер; Э. Йохимштайлер / Пер. с англ. Н. В. Кияченко; А. Н. Москвичева; Ю. А. Быстрова. – М.: Изд. дом Гребенникова. – 2003. – 374 с.
2. Баздникин А. С. Цены и ценообразование: Учебн. пособ. для вузов. – М.: Юрайт. – 2004. – 332 с.
3. Данченко Л. А.; Иванова А. Г. Маркетинговое ценообразование: политика; методы; практика: Учебное пособие. – М.: ООО "Издательство "Эксмо". – 2006. – 464с.
4. Деева А. И. Цены и ценообразование: Учеб. пособие. – М.: Экзамен. – 2003. – 286 с.
5. Долан Р. Дж.; Саймон Г. Эффективное ценообразование / Долан Р. Дж.; Саймон Г. – М: Изд-во «Экзамен». – 2005. – 416 с.
6. Желтякова И. А. Цены и ценообразование. Краткий курс / Учебное пособие [И. А. Желтякова; Г. А. Маховикова; Н. Ю. Пузыня. – СПб.: «Питер». – 2001. – 108 с.
7. Иваниенко В. В. Ценообразование: Учеб. пособие для вузов / В. В. Иваниенко; М. В. Четов. – 3-е изд.; доп. – Х.: Изд. дом ИНЖЕК. – 2004. – 220 с.
8. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент; ориентированный на рынок; [Пер. с англ. С. Жильцова. / Под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер. – 2005. – 800 с.
9. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Навчальний посібник – К. «Центр учбової літератури». – 2012. – 480 с.
10. Маркетинг: навчальний посібник / Орлов П.А., Косенков С.І., Прохорова Т.П. та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с. 12. Прохорова Т. П. Маркетинговая цінова політика: Навчальний посібник / Т. П. Прохорова; О. В. Гроть. – Харків: Вид. ХНЕУ. – 2006. – 164 с.

Методи навчання.

Лекції, практичні та семінарські заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (активність роботи на лекції; експрес-опитування, поточна контрольна робота);
- підсумкова контрольна робота;
- підсумковий контроль (семестровий іспит).

Мова навчання. Українська.